

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG *PEMBELIAN IMPULSIF*
PADA PRODUK MAKANAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

ROYNAL ABDUL SAHID

B100140141

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**“ FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG PEMBELIAN IMPULSIF
PADA PRODUK MAKANAN “**

Yang ditulis dan disusun oleh:

Royanal Abdul Sahid

B100140141

Penanda tangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memnuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 11 Agustus 2018

Pembimbing


(Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Agus Setyawan, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ROYNAL ABDUL SAHID**

NIRM : **B 100 140 141**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **"FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG
PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK
MAKANAN"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 11 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



ROYNAL ABDUL SAHID

MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan , maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Allah SWT hendaknya kamu berharap “ (**Q.S Al-**

Insyirah: 6-8)

“ Sekarang kita di atas tanah, mungkin esok kita di bawah tanah, ibadah lah beranggapan besok kita akan mati, dan bekerjalah beranggapan bahwa kita akan hidup selamanya “

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Rasulullah Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Ibu Wiwik Sukarti dan bapak Sumirin yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, kesabaran dalam membimbing, membiayai kuliah, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah Surakarta ini.
4. Keluarga besar saya saudara-saudara saya yang selalu memberi doa.
5. Sahabat-sahabatku, yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi dan dalam hal lain. Serta selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Temanku astrid, hikma, ali, fanny dan lainnya. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya.
7. Temanku dan sahabat sahabatku, yang saya cintai, terima kasih atas canda tawanya sehingga saya bisa terus semangat mengerjakan skripsi dan semangat untuk kuliah.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor kognitif afektif dan gender yang dapat berpengaruh terhadap pembelian implusif pada produk-produk makanan. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 160 sampel dengan menggunakan metode penelitian *convenience atau accidental sampling*. Analisis data data yang di gunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil daari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kognitif dan afektif berpengaruh positif dan mendukung pada pembelian impulsif produk makanan, sedangkan faktor gender tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada produk makanan.

Kata Kunci : gender, kognitif, afektif, pembelian impulsif

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the cognitive and affective factors that can affect the purchase of inclusive food products. The sample used in this study was 160 samples using convenience research methods or accidental sampling. Analysis of data data used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that cognitive and affective factors have a positive and supportive effect on impulsive purchases of food products, while gender factors have no effect on impulsive purchases on food products.

Keywords: gender, cognitive, affective, impulsive buying

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur tiada henti senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidaya-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Faktor-Faktor Yang Mendorong Pembelian Impulsif Pada Produk Makanan ” Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Bapak Profesor Dr. H. Sofyan Anif,M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5. Bapak Dr.Anton Agus Setyawan, M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan nasihat dengan sabar selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Kedua orang tua tercinta, Ibu Wiwik Sukarti dan ayah Sumirin yang bekerja keras untuk membiayai, menyemangati dan selalu mengiringi langkahku dengan doa yang tiada henti, arahan dan dukungan menjadi bekal yang diucapkan.
9. Seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan semangat untuk segera menyelesaikan study ini.
10. Sahabat-sahabatku yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi dan dalam hal lain. Serta selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
11. Temanku astrid, ali, hikma, fanny dan lainnya. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan kalian sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya.
12. Temanku, yang saya cintai terima kasih atas canda tawanya sehingga saya bisa terus semangat mengerjakan skripsi dan semangat untuk kuliah.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Amiin yaa Robbal alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 11 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pembelian Impulsif.....	8
B. Proses Afektif Dan Kognitif	9
C. Perbedaan Gender Dalam Pembelian Implusif.....	10
D. Penelitian Terdahulu.....	10
E. Kerangka pemikiran	12
F. Hipotesis	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
A. Desain Penelitian	14
B. Populasi Dan Sampel.....	14
1. Populasi	14

	2. Sampel	14
	3. Teknik sampling	15
	C. Teknik Pengumpulan Data	15
	D. Data dan Sumber Data	16
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	16
	F. Pengukuran Variabel Penelitian	17
	G. Uji Instrumen	18
	H. Teknik Analisis Data	18
	1. Uji Hipotesis	19
	2. Uji Asumsi Klasik	23
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	25
	A. Karakteristik Responden.....	25
	B. Pengujian Instrumen Penelitian	28
	1. Uji Validitas.....	28
	2. Uji Reabilitas	29
	C. Pengujian Asumsi Klasik.....	30
	1. Uji Normalitas	30
	2. Uji Multikolinearitas	30
	D. Analisa Regresi Linear Berganda.....	31
	E. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	33
	F. Uji Ketepatan Model (uji F)	33
	G. Uji Hipotesis (uji t)	34
	H. Pembahasan	37
BAB V	PENUTUP.....	39
	A. Kesimpulan.....	39
	B. Keterbatasan penelitian.....	40
	C. Saran	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Distribusi Data Responden	26
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas	28
Tabel Iv. 3	Hasil Uji Reabilitas.....	29
Tabel iv. 4	Hasil Uji Normalitas	30
Tabel IV.5	Hasil Uji Multikolinearitas	31
Tabel IV.6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	12
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. kuesioner
2. Input data kuesioner
3. Hasil olahan data SPSS versi 20
4. Tabel f
5. Tabl t